

## 観光フォーラム

## 記号論とは何か

## —「観光記号論」の礎石構築のために—

## Introducing Tourism Semiotics: An Essential Approach of Tourism Studies Today

大橋 昭一

Shoichi Ohashi

和歌山大学客員教授、名誉教授

## I. 記号とは何か—情報との違い

近年、記号論 (semiotics) という名の学問が、世界的に注目されている。これは、一言でいえば、われわれ人間がいろいろ知ったり伝えたりする情報 (information) は、実際には記号 (sign) というレベルで機能しているものである。故に情報に立脚する文系の学問は、すべて基本的には記号論を基礎に構築されるべきことを主張するものである。

観光 (ツーリズム) 関係では、アメリカの著名な論者、マキャネル (文献 M1) が記号論立脚的ツーリズム理論を本格的に提示して以来、世界的に注目されるものとなっている。同じくアメリカのツーリズム論者、カラー (文献 C4) は、すでに 1990 年に、記号現象やそれに立脚する記号メカニズムは、いかなる文化や社会でも確固として遍在し、かつ中核的地位を占めるものであるから、記号論を無視した現在社会に関する研究や評論は、どのようなものであれ、有効性をもたないと論じている。

では、記号とは何か。交通信号を例にとると、「赤信号」のとき、信号ルールを知っている人は、これを「停止信号」という意味 (meaning) のものとして理解し、停止行動をする。この「赤信号=停止信号」という意味で理解するのが記号である。これを単に「赤色のもの」と知覚するのは、情報である。情報は事実そのものをいうが、記号は、情報をもつ意味をいう。

記号とは何かについて記号論専門学者では、「記号とは曖昧な形で濫用してはならない『学術用語』である」という声があるが (S1,1 頁)、本稿筆者としては記号は、何よりもまず「サイン (sign)」としてとらえられ、理解されるべきものと考え。

記号は、実体でみると、上記のような信号以外に、言葉、イラスト、音、匂い、動作、物の形、イメージ、風味など多くのものがあるが、その意味は人間によって決められる。有名な記号論入門書の著者、チャンドラーは、「これらのものは、本来は、(記号としての) 意味を持たない。これらのものに人間が (記号としての) 意味を持たせるときにはじめて記号になる」と定義している (文献 C1, p.1: カッコ内は大橋のもの、以下同様)。

この際肝要なことは、上記の交通信号の場合にはっきりみら

れるように、人間は記号に基づき行動することである。言葉やイラスト、音、ジェスチャーなどにしても、それを見たり聞いたりした人は、それにはこうした意味があると認識し、所要の行動をとる。このことをヘルシンキ大学のピエタリネンは、「記号の意味とは、一定の状況のもとで一定の方法で示される行動習慣 (habit of acting) である」と規定している (文献 P, p.4)。人間は、単なる情報ではなく、その意味、すなわち記号に基づいて行動する。

観光関係でみると、観光目的地となるのは、観光客がそこを訪れ観光したいと希望する所であるが、そこを観光したいと思うのは、単にその土地の情報によってではない。その土地が観光するに値する意味を持つものと認識するからである。故に人々のこうした観光行動を、単に観光関係の情報に基づくと考えるだけのものは、全く妥当性がない。これは、少なくとも赤色の交通信号を見て単に「赤色」と知覚するだけというレベルのものである。すなわち観光客は、こうした単なる「赤色」という情報ではなく、その意味すなわち記号というレベルで、つまりそれが停止信号であるのか、前進可能信号であるかというレベルで行動しているのである。記号論的理解なくして、観光は論じられない。

では、人間はいかにしてこのように記号について意味があるものとして知覚できるようになるのか。それは、人間が、家族をはじめ、種々な人間社会のなかで生まれ、育つからである。人間は、こうした共同生活のなかで、単に意思の伝達手段として言葉を知るだけでなく、言葉や出来事の背後にあるものの意味や、広く見たり聞いたりすることの意味を知るように育ち、言葉や出来事の意味を知るようになる。

それ故例えば、発煙状態だけを見て、火事があることを知るようになる。これは発煙状態が火事を意味する記号として機能しているからである。これからわかるように、記号には、ある事柄の兆しや写真のようなもの (アイコン (icon): 類像)、一部 (インデックス (index): 指標) だけのもの、あるいは象徴的なもの (シンボル (symbol)) もある。言葉にしても、例えば「寒い」とい

う言葉（記号）を聞いて、窓を閉めるような行為を導くこともある。

記号論は、記号のもつこうした意味、働きを研究しようとするものである。その基礎を作ったのは、世界的に一般的な見方によると、スイスのソシュール（Ferdinand de Saussure, 1857-1913）、アメリカのパーズ（Charles Sanders Peirce, 1939-1914）、および、ロシア生まれでフランス育ちのグレマス（Algirdas Julien Greimas, 1917-1992）の3人である（詳しくはΩ4）。もともと記号論が世界的に一般に知られるようになったのは、1960年代以降である。

しかし最近になって、記号論が他の学問と同様の自立した学問たりうるかどうかなどをめぐって、種々批判的見解がおきている。例えば上記で一言したチャンドラーは、記号論では、（通常の記号論にみられるように）当該記号がどのような意味をもつかだけではなく、何故（why）そのような意味をもつかをも究明する必要がある、と批判している（C2, p.7）。

こうした「記号論批判」の上にたって、今日の資本主義体制批判を目指す「批判的記号論（critical semiotics）」といわれるものが生起している。そのまとまった書には、カナダ・オンタリオ大学のジェノスコによる2016年の著（文献G1）がある。それによると、記号には記号力（semiotic power: sign-activity）があり、記号は今日では、単なる情報の一種というだけのものではなく、何よりも人々の情動を動かす（affect）ものであって、（それぞれの記号がもつ）意味は“イデオロギー的なもの（ideological）”になっていると規定される。

こうした「批判的記号論」では、現在の社会について、それは「資本（企業）が記号操縦者（semiotic operator）になっているところの、『記号資本主義（semiocapitalism）』というべきものになっている」という主張が土台になっている。従って「記号論的資本（semiotic capital）」という言葉まで生まれている（G1, pp.1,90,172）。

この点に関し例えばフランスの有名な論者、ボードリヤールは、マルクスの『資本論』の土台的概念である「価値（交換価値）」は市場で成立するものであるから、まず「記号」の担い手として登場するものである。故にそれはさしあたり「記号的交換価値（sign exchange value）」としてとらえられる必要があると論じている（cited in G1, p.60）。

「記号資本主義」的現象は、現在の日本社会でいえば、例えば、球場などの「命名権」売買により当該企業（あるいは商品）のブランド（記号）が球場名となるところにみられる。これは、一般的には「浮遊する記号（floating signifier）」とよばれるが、今や記号が、当該記号対象物である企業（や商品）自体から離れて自立し、企業全体（あるいは社会）を直接動かす重要な手段（資本の操縦手段）となっていることを示している。

さらにフェミニズム進展の立場から記号論研究の有用性を論じているものもある。例えば夫婦の姓について、欧米では夫婦旧姓の並列表記のものが結構あるが（ampersand problem）、こうしたものでは、記号論的にも姓（広くは言葉）の上における旧来の男性本位制の変革に大いに有用と論じられている（文

献G2）。

ただしこうした「批判的記号論」の根本的土台となっているものは、ソシュールはじめ上記3者の記号理論である。次にその大要を管見する。ただし本稿は、内容において他の拙稿と重複しているところがある（例えばΩ2～6）。本稿はあくまでも本誌『観光フォーラム』のためのものである。また、参考文献は末尾に一括して記載し、典拠箇所は文献記号により本文中で示した。

## II. ソシュール説とパーズ説—その後の展開も含めて

まずソシュールは、人間の記号現象の問題は、記号そのもの（上記の例では赤信号）と、その記号の意味するもの（上記の例では停止信号という意味）との関係に尽きるとして、前者の記号そのものを「シグニファイアー（signifier: これは日本でもフランス語で signifiant（シニフィアン）とよばれることがある）」と名づけ、後者の記号が意味するものを「シグニファイド（signified: フランス語では signifié（シニフィエ）とよばれる）」と名づけて、両者の関係について、言語を中心に究明を行った。ソシュールの説は通常、記号論の2要素説といわれる。

この場合、上記の「赤信号=停止信号」の例でみると、赤信号が停止信号とされているのは全く人為的なものであって、赤色の信号すなわちシグニファイアーと、停止を命じるその意味、すなわちシグニファイドとの関係はもともと恣意的なもの（arbitrary）であると、ソシュールは特色づけている。

パーズは、ソシュールとほぼ同じ時期に所説を形成させた。しかしパーズとソシュールは、アメリカとスイスにあって、お互いの研究を全く知らない状況で、理論形成を図ったものであったから、同じような事柄を示す用語が別のものとなっている。またパーズは、ソシュールと異なって、記号現象は3要素から成るものと主張した。

すなわち、記号そのもの（ソシュール説ではシグニファイアーといわれているもの）は「レプレゼンティメン（representamen）」、記号の受け手で表象されるもの（ソシュール説ではシグニファイドといわれているもの）は「インタープレタント（interpretant）」と名づけている。それ以外に、その記号が示す実在のものがあることを記号現象の不可分の1要素とし、それを「オブジェクト（object）」とよぶものとしている。

ただしパーズは、これらの記号現象の3要素には順位（hierarchy）があるとし、レプレゼンティメンが第1次性（firstness）、オブジェクトが第2次性（secondness）、インタープレタントが第3次性（thirdness）にあるとしている。これからみるとパーズ説では、記号現象としては、まず記号そのものがあり、次にその実体をなすオブジェクトがあり、最後に記号受け手においてどのような意味のものとして知覚されるかがある、という順序にあるものと解される。

パーズのこの3要素説について、その後イギリスの記号論者、ミンガースとウィルコックスは、2014年連名の論文（文献M4）で、

図1のような三角形で表わされるとしている（以下原著の図における用語は原語で示す）。この図で注目されることは、インタープレタントとオブジェクトとの関係が推定的なもの（imputed）とされ、図では点線で示されるとされていることである。

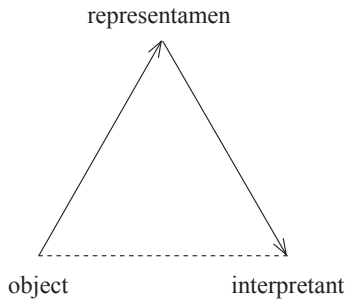


図1：ミンガース／ウィルコックスによる  
パース記号論三角形（出所：M4, p.13）

これは次のことを、すなわち、記号の受け手が当該記号により表象するものは、その実在のものとの関係が確定的ではないことを意味する。記号の最終的効果は、いうまでもなく、受け手における表象のいかんにより決まるが、それは、実在のものとは確定的な関係にはないというのである。

これは理論史的には、ソシュールが指摘したところの、シグニファイアーとシグニファイドとの間にはもともと恣意的な関係しかないという考えに照応したものである。この点に関連しミンガース／ウィルコックスは、「情報は客観的なもので、真実なもの（true）であるが、記号が示す意味は主観的なもので、時には虚偽のもの（false）もある」と書いている（M4, p.11）。

この点は、パース説に立脚し、それは社会的規模における協働の場（協働システム、例えば個々の作業場）のとりえ方にも適用されうるものとして、それを「組織記号論（organizational semiotics）」とよんでいるイギリス／オランダのスタムパー（Ronald K. Stamper）に代表される考え方では、さらに強く打ち出されている。

スタムパーらの組織記号論は、現在、世界最先端の記号理論と目されるものであるが（Q5）、パース説に立脚しつつ、その一部について修正を行っているものである。すなわちスタムパーらの組織記号論も、パース説と同様3要素説にたつ。ただし極めて強く注目されることは、パース説では記号の受け手における表象をさすものは「インタープレタント」とよばれているのに対し、スタムパーらの組織記号論では、「デフィニション（definition：定義すること）」と名づけられるものに変更されていることである。故にスタムパーらの組織記号論では、3要素は、記号そのものを示す「レプレゼンティメン」、実在の対象物である「オブジェクト」、および、記号受け手における当該記号の定義である「デフィニション」の3者ということになる（図2参照）。

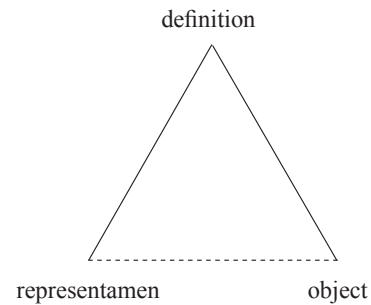


図2：スタムパーによる組織記号論三角形  
（出所：S2, p.xviii）

これは、スタムパーらの考える組織では、組織構成員は、受け取る記号（例えば組織の職務規定や上司の指示など）について、単に表象するのではなく、自ら「定義」を行って行動するものと措定されているためである。その際実在物（「オブジェクト」）との関係は、他の論者の場合と同様に、推定的なものとされるから、記号内容の最終決定は、かなりの程度、記号の受け手すなわち組織構成員によりなされるものとなる。つまり、記号の実効性は、実際上は、パースが第3次性として挙げた「インタープレタント」において決まるもの、という考え方になる。

スタムパーらの組織記号論は、実は観光関係にもそのまま応用されうる。というのは、観光客は受け取った記号を基に、どのように観光するかについて「定義」をし、決定をするものであるからである。観光客は、受け取った情報を記号として理解するが、さらにそれについて自ら「定義」を行うことが全く肝要な点である。少なくとも真に有用な観光研究はここを出発点にしなければならないし、「観光記号論」を土台としなくてはならない。

パース説に戻ると、他方、その3要素説をなんらかの三角形で図示することの是非が問題となっている。実は、この説の提唱者パースは、こうした図示はしていない。そこで、前記で一言したピエタリネンのように、パースの叙述をみると、3要素はあくまでも1つの線であって、それが3つのものに枝別れするものとなっている。かつ、「オブジェクト」では、対象物である「オブジェクト」そのものと、その発信者（utterers：以下「アッター」という）とが区別されている。また「インタープレタント」では「インタープレタント」そのものと「インタープレーター」とが区別されている、と指摘しているものがある（P, p.3）。

そこでピエタリネンは、これらのことを考慮すると、結局、パース説では記号関係は図3のような二重線で示されるものとし、これを「二重のトライアド（double triad）」とよんでいる。これは「記号—オブジェクト—インタープレタント」と、「記号—アッター—インタープレーター」とに分かれるが、前者は記号の物的側面を示し、後者は人的側面を示していると理解される。この意味でいえば、パース説でも人的なものと物的なものとの協働という考えがあったとみられる。



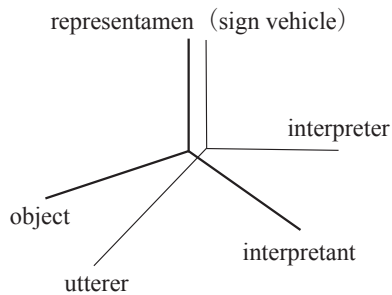


図 3：二重のトライアド  
(出所：P, p.3)

ちなみに、こうした人的なものと物的なものとの協働という考えは、フランスのラトゥールやイギリスのローなどにより提起されている、いわゆる「アクターネットワーク理論」において強く主張されているものである（詳しくはΩ1）。そのなかのローの論文のなかには「物的記号論（material semiotics）」という用語もある。これに対していえば、スタムパーらの組織記号論は「人的記号論」といえるものである。パース説については以上とし、次に、グレマス説を紹介する。

### Ⅲ. グレマス説をめぐる—2 要素説と 3 要素説との関連を中心に

グレマス説は、社会の記号的関係の基盤となっているものは 2 つの対照的要素関係（two pairs of opposite elements）、すなわち「ホモロゲーション（homologation）」にあると考え、それを根本的前提とするところに特色がある。それは一般的にいえば図 4 のようなものである。すなわち、ある事柄（例えば事柄〔A〕）の記号的認知は、それと対抗（contrariety）の関係にあるもの（例えば〔B〕）、それに含意される（implication）関係にあるもの（この例では〔-A〕）、および、それと矛盾（contradictory）の関係にあるもの（この例では〔-B〕）の 4 者を立脚点にする。通常、「グレマスの四角形説」といわれる。

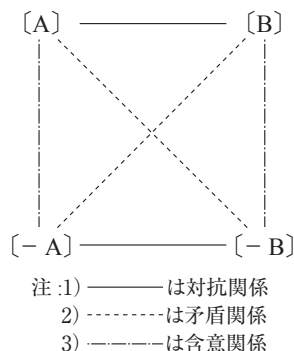


図 4：グレマスの記号論四角形  
(出所：M2, p.13 による)

これは、現実における 2 極対立的な矛盾を図示的に解明するに適している。例えば今日盛んなマストーリズムは、一方

における大量ツーリズムの実現と、その基礎になっている個別ツーリストの費用低下というメリット面があるとともに、他方では、ツーリスト大量化によるツーリズム関係地における自然のおよび社会的な環境悪化と、ツーリズムのパッケージ化によるツーリストにおける個性喪失というデメリット面があるといわれているが、これを「グレマスの四角形説」で示すと図 5 のようになる（詳しくはΩ3 参照）。

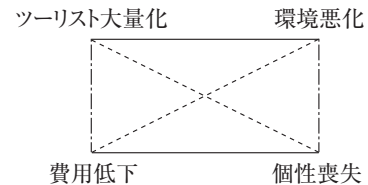


図 5：マストーリズムの四角形  
(本稿筆者作成)

ただしグレマス説は、一部記号論者では無視されていることがある。例えば前記のマキヤーネルの著（文献 M1）では、出典記号理論としてソシュール説とパース説だけが挙げられ、グレマス説は全く無視されている。

一方、グレマス説に対しては、既述で一言した「アクターネットワーク理論」のラトゥールのように「アクターネットワーク理論は、半分はガーフィンケルの所論、半分はグレマスの所論に負うものである」と高く評価しているものもあるし、アメリカのマーケティング論者のように、企業のマーケティング活動について「グレマスの四角形説」を使って分析しているものもある（詳しくはΩ2）。

さらに、グレマス説の本質的意義や有用性は、まだ完全には論じ尽くされていないという見解もある。例えば近年でもアメリカ・オークランド大学のコルソは、この四角形説に対して、著名な論者たちが種々な目的で批判を展開しているが、しかし「プラグマティックな用具の説明を超えて、この四角形説が真に目的とするところを十分に論証したものは、まだほとんどない」と論じている（C3, p.74）。

グレマス説は記号現象を四角形的形態で示すものであるが、その基礎をなすものは 2 極対立性であって、根本的には 2 要素説である。この場合グレマス説を否定する論者たちがその代わりとするものは、パース説であって、それは 3 要素説である。従ってグレマス説とパース説との対抗は、2 要素説と 3 要素説との対抗という側面があるが、この対抗は、すでにソシュール説とパース説との間にあったものである。以下ここでは、この点に焦点をおいて、現時点における状況について一言しておきたい。

この点について結論的にいうと、現在の多くの記号論説ではソシュール説とパース説とのいわば一体化が進んでおり、対抗関係にあるとは考えられていない。例えば前記で一言したマキヤーネル説でみると、根拠とすべき記号理論にはソシュール説とパース説とがあると明示されたうえで、記号現象は（以

下記号論用語は原語のまま示す)、signifier、signified、referentの3要素があるとされている。前2者はソシュール説のままであり、最後のreferentは、パース説でobjectとされているものを、(その間に発表された)オクデン／リチャーズ(文献O)の説に依拠し、referentに変更しているものである(M1, p.118)。

これと似た提議は、アメリカの法学者ビーベがアメリカ商標法の解明について記号論を駆使して行っているものにもみられる。そこではパース説が出典記号理論とされているが、その際記号論3要素は、用語上では、あくまでも次のようにカッコ付きで表示されるものとされている。すなわち、“representamen (signifier)”、“object (referent)”、“interpretant (signified)”である(文献B, p.637)。

この場合“object (referent)”という表現については、厳密にいうと、objectとreferentとは考え方において原理的な違いがある。すなわちobjectは、実在物が客観的に(人間の意識・認識とは別に)存在するという考えにたつが、これをreferentという場合には、記号と同レベルのもの、すなわちsignifierとsignifiedと同次元のものであって、signifierの単なる参照先(refer for)という位置づけになる。しかしパース説でも結局、objectは記号の照会先という意味で使用されているといわれるので(G3, p.5)、ここでは“object (referent)”という表現もとされる。ちなみにマキヤーネルは、referentを「今1つ(第3)の記号(another sign)」(M1, p.118)とよんでいる。

故に現在、世界的に一般通例的に妥当する記号理論は、前掲のジェノスコの見解を斟酌して考えても(G1, p.168)、パース記号論3要素説であり、その場合3要素として挙げられるものはsignifier、signified、referent (or object)という名称のものであるといっている。

この場合、さらにグレマス説も斟酌して考えるとどのようなかという問題がある。この場合も含めて、すなわち(グレマス説を含めた)2要素説と3要素説との関連についても、本稿筆者としては、それは問題の状況・局面のいかんにより有効性・妥当性が異なるだけのものである。例えば幾何学では1つの線の確定には2点で足りるが、1つの面の確定には3点が必要である。これと基本的には同様と理解すればいいものと考えられる。

#### IV. 終りに一記号理論の拡張

記号論の2要素説、3要素説、4要素説は、この世界や社会をどのようにとらえるかについて最も根源的なところで考えるものであるから、視点を高めて全社会的規模において構造を考えることに通じる。

例えばグレマスの矛盾を根源とする四角形的枠組みは、社会全体のレベルで考えると、今日の社会では、「資本対労働、買い手対売り手」という2つの2極対立関係として展開することができる。ここで「記号理論の拡張」とよんでいるのはこうしたものである。こうした拡張はいうまでもなく3要素説でも

可能で、それには種々な形がありうる。例えば、既述で一言したミンガースは現代社会の根本的構造を図6のように示している(M3, p.4)。

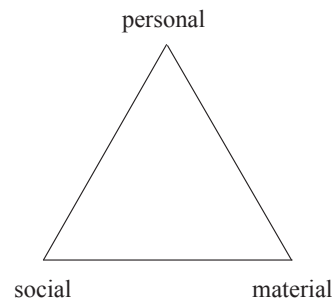


図6：現代社会の構造  
(出所：M3, p.3)

これは、本稿筆者としては、personal(人的なもの)とmaterial(物的なもの)とがあるから、第3のものを“social”とするのは不適當で、(人的なものとの協働的なものである)“cooperative”とするのが相当と考える。また、こうした三角形的表示は、観光(ツーリズム)についても可能である。例えば図7のようなものが観光理論の1つの出発点になりうるものと思う。

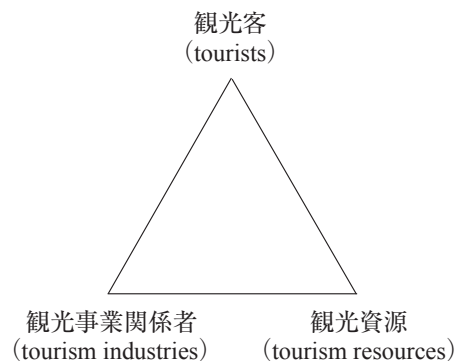


図7：現代観光業の構造  
(本稿筆者作成)

こうした点に立脚した、本稿筆者が意図するような「観光記号論」は、世界的にもまだ充分には試みられていない。本稿はその礎石たることを期するものである。ちなみに本稿筆者の知るところ、近年では2014年にオーストラリアのウォータートンとイギリスのワトソンとの共著で『ヘリテイジ・ツーリズムの記号論』(文献W)が刊行されているが、一方、2017年刊行のローマン／ネットのツーリズム教科書(文献L)には、少なくとも目次でも索引でも、記号論という見出しは全くない。

## 参考文献

- B: Beebe, B. (2004), The semiotic analysis of trademark law. *UCLA Law Review*. no.621, pp.621-665.
- C1: Chandler, D. (last modified October 22, 2014), Semiotics for beginners: Signs ,1-30; retrieved December 20, 2014, from: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/semiotics0.2.html>
- C2: Chandler, D. (last modified July 5, 2017), Semiotics for beginners: Criticisms of semiotic analysis ,1-7; retrieved November 7, 2014, from: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem11.html>
- C3: Corso, J. J. (2014), What does Geimas's semiotic square really do? *Mosaic (Winnipeg)*, vol.47, pp. 69-89.
- C4: Culler, J. (1990), *The semiotics of tourism, Framing the sign: Criticism and its Institutions*, Norman : University of Oklahoma, pp.1-10.
- G1: Genosko, G. (2016), *Critical semiotics: Theory, from information to affect*, London: Bloomsbury.
- G2: Godard, B. (2003), Feminism and semiotics, *The Semiotics Review of Books*, vol.13-2, pp.1-5.
- G3: Guinard, P. (1993), Critical analysis of Peirce's semiotics and an ontological justification of the concept of the impressionnal, (translation by M. Becvarov), retrieved 2017, October 20, from: <http://free.fr/16peiren.html>
- L: Lohmann G. and Netto, A.P. (2017), *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*, Wallingford: CABI.
- M1: MacCannell, D. (1999), *The tourist: A new theory of leisure class*, Berkeley: University of California Press. (安村克己／須藤廣／高橋雄一郎／堀野正人／遠藤英樹／寺岡伸悟訳『ザ・ツーリスト——高度近代社会の構造分析』学文社)
- M2: Martin, B. & Ringham, F. (eds.) (2000), *Dictionary of semiotics*. London: Cassell.
- M3: Mingers, J. (2014), *Guidelines for conducting semiotic research in information systems*, University of Kent working paper, no.303.
- M4: Mingers, J. & Willcocks, L. (2014). Developing an integrative semiotic framework for information systems: The social, personal and material worlds. *Information and Organization*. vol.24, pp.1-44.
- O: Ogden, C. K. & Richards, I. A. (1923/ 1989), *The meaning of meaning*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- P: Pietarinen, A., On the conceptual underpinnings of organizational semiotics from the pragmatist point of view; retrieved 2017, October 20, from: [www.Helsinki.fi/Pietarinen%20.%20On%20the%20Conoptual%](http://www.Helsinki.fi/Pietarinen%20.%20On%20the%20Conoptual%20)
- S1: 白石哲郎 (2011)「記号消費社会の特性」『佛教大学大学院紀要』39号、1-18頁
- S2: Stamper, R. (2002), Preface: Organizational semiotics: Evolving a science of information systems, in: Liu, K., Clarkle R.J., Andersen, P. B., Stamper, R. and About-Zeid, E. (2002) (eds.), *Organizational semiotics: Evolving a science of information systems*, Kluwer Academic Publishers, pp. xv-xxiv.
- W: Waterton, E. and Watson, S. (2014), *The semiotics of heritage tourism*, Bristol: Channel View Publications.
- Ω 1: 大橋昭一 (2015a)「アクターネットワーク理論の進展過程—物質主義志向的アクターネットワーク理論を中心に」『和歌山大学・経済理論』379号、41-62頁。
- Ω 2: 大橋昭一 (2015b)「ブランド理論の記号論的展開過程—近年における記号論立脚のブランド理論の特色」『関西大学・商学論集』60巻2号、59-79頁。
- Ω 3: 大橋昭一 (2016)「現代マスツーリズムのとらえ方—その特性解明のための1つの試みの提起」『和歌山大学・経済理論』386号、71-86頁。
- Ω 4: 大橋昭一 (2017)「記号論に立脚したツーリズム研究の特性について—ツーリズム研究の一層の発展のために」『観光学評論』5巻2号、165-180頁。
- Ω 5: 大橋昭一／竹林浩志 (2018a)「組織の新しいとらえ方—「組織記号論」をめぐる諸論調」『和歌山大学・経済理論』392号、59-79頁。
- Ω 6: 大橋昭一 (2018b)「組織記号論と批判的記号論—最近における記号論拡大の2つの方向」『関西大学・商学論集』62巻4号、157-185頁。